

## DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Perbandingan Produk OBH X Dengan Pesaing.....	4
Tabel I. 2 Perbandingan <i>Brand</i> OBH.....	5
Tabel I. 3 Saluran Pemasaran OBH X .....	6
Tabel II. 1 Perbandingan Dimensi <i>Product Quality</i> Pada Penelitian Terdahulu ..	12
Tabel II. 2 Keterangan Dimensi <i>Product Quality</i> Yang Digunakan.....	13
Tabel II. 3 Dimensi Yang Tidak Digunakan.....	14
Tabel II. 4 Studi Literatur dan Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel II. 5 Metode Pembanding Model kano, IPA dan IPCA .....	19
Tabel II. 6 Tabel Evaluasi Kano .....	24
Tabel III. 1 Mekanisme Pengumpulan Data .....	32
Tabel III. 2 Skala Pengukuran Dimensi <i>Product Quality</i> .....	33
Tabel III. 3 Skala Pengukuran Model Kano.....	34
Tabel IV. 1 Atribut Kebutuhan Berdasarkan Dimensi <i>Product Quality</i> .....	42
Tabel IV. 2 Pengkodean Dimensi <i>Product Quality</i> OBH X.....	43
Tabel IV. 3 Pengkodean Atribut Kebutuhan <i>Product Quality</i> OBH X.....	44
Tabel IV. 4 Rekapitulasi Karakteristik Responden Bagian <i>Screening Question</i> ..	46
Tabel IV. 5 Rekapitulasi Karakteristik Identitas Responden .....	46
Tabel IV. 6 Rekapitulasi Hasil Uji Normalitas .....	48
Tabel IV. 7 Hasil Uji Validitas IBM SPSS.....	49
Tabel IV. 8 Hasil Uji Reliabilitas IBM SPSS .....	50
Tabel IV. 9 Pengolahan Data Kuesioner <i>Product Quality</i> .....	51
Tabel IV. 10 Atribut Kuat OBH X.....	52
Tabel IV. 11 Atribut Lemah OBH X .....	53
Tabel IV. 12 Hasil Pengolahan Data Kuesioner Kano.....	54
Tabel IV. 13 Hasil <i>Customer Satisfaction Coefficient</i> .....	56
Tabel IV. 14 Hasil Integrasi <i>Product Quality</i> dan Model Kano .....	58
Tabel IV. 15 Hasil <i>True Customer Needs</i> .....	59
Tabel IV. 16 Perbandingan Variasi Rasa Obat .....	63
Tabel IV. 17 Perbandingan Variasi Ukuran Kemasan .....	65
Tabel IV. 18 Perbandingan Jenis Kemasan dan Harga OBH X.....	70

Tabel IV. 19 Saluran Buaran Komunikasi OBH X.....	72
Tabel V. 1 Validasi Hasil Rancangan .....	75
Tabel V. 2 Perancangan Sistem Terintegrasi .....	78
Tabel V. 3 Evaluasi Hasil Rancangan.....	81